

<<大飞机选购策略>>

图书基本信息

书名：<<大飞机选购策略>>

13位ISBN编号：9787802432536

10位ISBN编号：7802432537

出版时间：2009-4

出版时间：航空工业出版社

作者：保罗·克拉克

页数：235

译者：邵龙

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<大飞机选购策略>>

前言

自本书第一版问世以来，航空公司机队规划已经发生了很大的变化。

首先，低成本航空公司的出现对飞机的营销活动及飞机的分析、选型产生了很大的影响。

低成本航空公司经营成功的关键在于严格遵循了“单一产品，简化服务”的指导思想，对于这些公司来讲，飞机不过是一个产生经济效益的生产工具。

然而，对于那些传统的航空公司而言，飞机依然是实现差异化服务最强有力的武器。

由此不难发现，飞机客舱内饰和布局的选择已经成为航空公司在激烈的市场竞争中制胜的法宝。

与多年前相比，是选择最简单但最经济的客舱布局，还是投入更多的资金选择客户化的布局，已经成为航空公司机队规划过程中一个亟待解决的问题，这其中不乏许多理念上的冲突。

其次，航空公司机队规划人员的工作已经越来越类似于一种项目管理。

他们的角色就像一个乐团的指挥家，没有了指挥家，即便是最优秀的乐手也无法共同演奏出和谐、悦耳的乐曲。

最后，飞机制造商们也在自己的交响乐中演奏着华彩乐章。

正如人们所看到的那样，各制造商的产品线日趋完善，新机型不断涌现。

本书主要针对运营100座以上大型飞机的航空公司，介绍了航空公司机队规划的原理和方法。

本书将遵循机队规划的普遍规律，首先介绍机队规划的组织结构和市场分析方法；然后介绍如何进行飞机评估和选型；接着介绍如何分析飞机的性能和经济性；最后介绍如何进行投资评估及做出战略决策。

在本书第一版中，我曾这样问过自己：“航空公司机队规划究竟是一门技术，还是一门艺术？”

直到今天，我依然没有找到答案。

<<大飞机选购策略>>

内容概要

如何选择正确的机型是航空公司运营过程中面临的一大难题，机队规划和飞机选型需要丰富的航空业务知识和多种技术手段。

本书作者依靠丰富的实践经验和深厚的专业素养详细阐述了航空公司机队规划的整体流程，介绍了飞机制造业的最新发展趋势，低成本航空公司运营战略等方面的内容，兼具科学性和艺术性。

本书的出版旨在为参与航空公司机队规划和飞机选型的人员提供一些指导性的帮助，同时也适合航空及军工制造业从业人员，尤其是管理、技术和商务人员阅读参考。

<<大飞机选购策略>>

作者简介

保罗·克拉克（图右）是航空公司管理战略及机队规划方面的专家，曾任IATA培训与发展学院（ATDI）总经理。

克拉克在空中客车公司市场营销部门任职20余年，担任过该公司航空业务培训学校的校长。

克拉克是英国伦敦城市学院的访问教授，还是英国皇家航空协会的会员。

<<大飞机选购策略>>

书籍目录

第一章 机队规划概述 1.1 什么是机队规划？

1.2 机队规划的主导者 1.3 机队规划在航空公司组织结构中的位置 1.4 飞机制造商在机队规划中的角色 1.5 飞机制造商与航空公司不同的规划周期 1.6 解决机队规划中时间周期不同的问题 1.7 应对周期变化 1.8 封存停场的飞机 1.9 规模与效益 1.10 飞机制造商的销售活动 1.11 小结

第二章 机队规划的过程 2.1 资产评估 2.2 明确企业的经营目标和发展方向 2.3 机队规划的成功要素 2.4 关键决策因素 2.5 决策分析工具以及数据 2.6 小结

第三章 航空运输市场分析 3.1 情境设定 3.2 衡量运输能力 3.3 宏观机队规划 3.4 微观机队规划 3.5 市场细分与需求溢出 3.6 单一航线分析模型 3.7 航线网络分析模型 3.8 航线网络矩阵模型 3.9 市场占有率分析模型 3.10 小结

第四章 飞机与航空公司产品 4.1 评估飞机前的准备工作 4.2 飞机产品 4.3 航空公司产品 4.4 飞机客舱布局 4.5 飞机技术规范和客户化的原则 4.6 小结

第五章 飞机性能分析 5.1 飞机性能的重要性 5.2 适航认证 5.3 飞机的重量 5.4 业载与航程的关系 5.5 起降性能分析 5.6 航线性能分析 5.7 综合考虑各种可能性

5.8 飞机选型结果的评估 5.9 小结

第六章 飞机经济性分析 6.1 飞机经济性的重要性 6.2 运营成本的分类 6.3 运营成本的构成 6.4 评估成本和收益的方法 6.5 影响飞机经济性的其他因素 6.6 航材储备 6.7 小结

第七章 投资评估第八章 总结

<<大飞机选购策略>>

章节摘录

第二章 机队规划的过程2.1 资产评估每家航空公司都有自己的特点，他们的背景、市场、理念以及对机队的需求各不相同。

因此，也就不可能找到一个放之四海而皆准的机队规划方案。

然而，人们仍然可以总结出一些规律性的东西，供航空公司在制定机队规划战略时参考，无论其规模是大还是小。

在构建机队规划的框架时，航空公司应当特别注意两个问题：第一，如何使全局的宏观规划与由下至上的微观规划有效结合；第二，如何评估并确定组成规划各要素的优先顺序。

要想更好地解决这一问题，首先应当从几个方面了解航空公司的价值构成要素：（1）网络：航线、航权、机场起降时刻；（2）人员：经验、效率、主动性；（3）品牌：公司的市场形象、未来的发展方向；（4）机队：提供服务所依托的载体。

前三项内容是一些无形的要素，很难进行量化，但对于航空公司却具有特别重要的意义。

航空公司实力的高低，取决于如何利用它们来适应市场和竞争环境，如何协调好它们之间的关系，如何利用它们实现企业的经营目标。

但是，如果脱离了市场需求，这些要素也就失去了自身的价值。

为了适应瞬息万变的市场环境，跟上市场发展的步伐，航空公司需要更具战略性的决策，而满足上述要求只是航空公司战略规划的一部分。

总体来说，航空公司业务规划应当包括以下几方面的工作，即：明确企业的经营目标和发展方向、分析目标市场的需求和经营环境、调节运力供给、监控运营绩效。

本章将集中讨论和介绍前三项工作，其余部分将在后续章节中陆续涉及。

<<大飞机选购策略>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>